

dedica 4 / 2013

Inhalt

Themen: Weihnachtspresents • Lukullisches • Tischkultur

Firmen: Le Creuset • Weihnachtstaschen-shop.com • Tasty Present u.a.

Messen: Paperworld • Viscom • Welcome Home



Stylische Werbeartikel
mit einem großen Namen

ZWILLING GESCHENKIDEEN

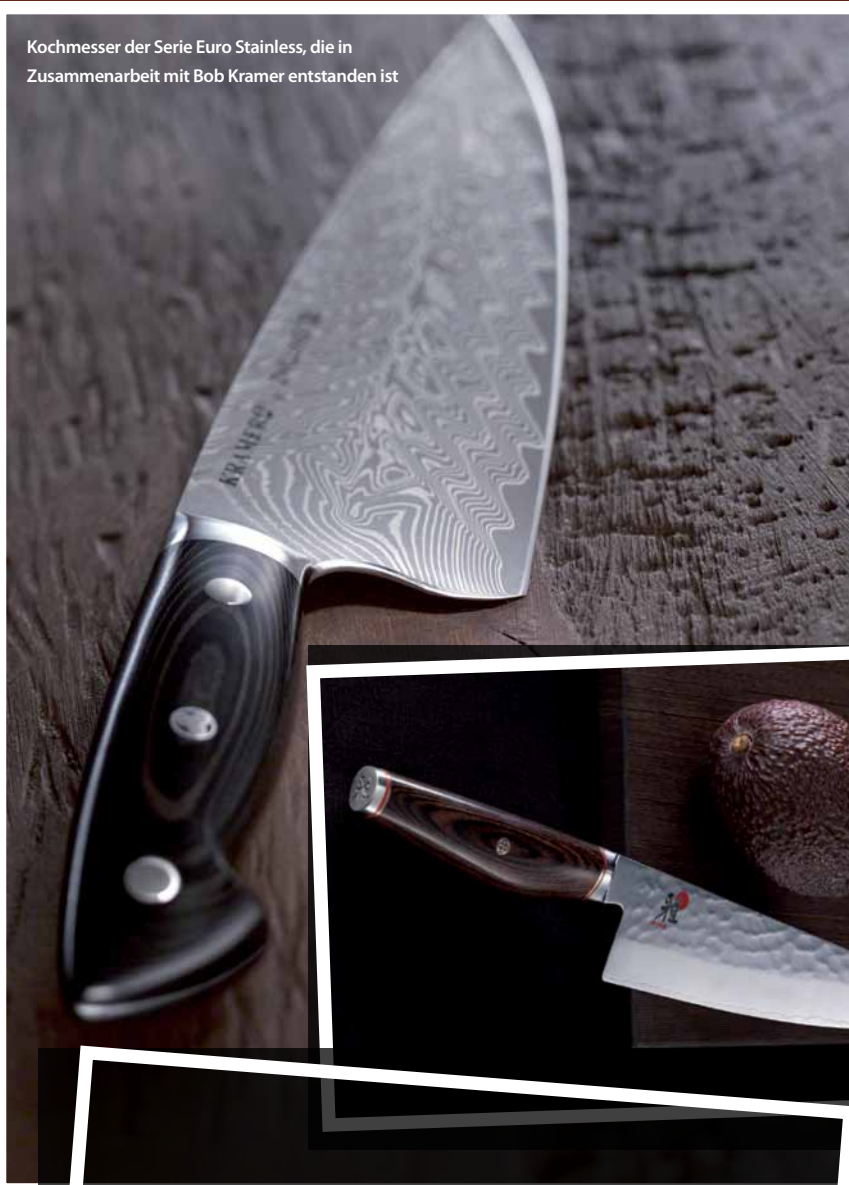
Professionelle Individualisierung

Von der Veredelung bestehender Produkte über die Gestaltung von Sonderverpackungen oder spezieller Geschenksets bis hin zur Entwicklung kundenbezogener, individueller Produkte macht ZWILLING alles möglich. „Aufgrund unseres wirklich sehr großen Produktportfolios in den Bereichen Küche, also Messer, Scheren, Gadgets und Kochgeschirr in unterschiedlichsten Materialien, Beauty mit Manicure- und Körperpflegeprodukten und dem Produktsortiment Bestecke, müssen wir auch bei der Veredelung breit aufgestellt sein“, sagt Bolz. ZWILLING realisiert deshalb alle gängigen Individualisierungstechnologien, die sich für die angebotenen Produkte eignen: z.B. Prägungen, Laserungen, Ätzungen und Farbdrucke. „Bei Manicure-Etuis wird besonders häufig eine Blindprägung eingesetzt, mit der das Kundenlogo dauerhaft in das Leder geprägt wird. Die Individualisierungen werden entweder direkt in unseren Produktionsbetrieben vorgenommen oder von Vertragspartnern in Deutschland ausgeführt, mit denen wir zum Teil schon seit Jahrzehnten zusammenarbeiten“, erklärt Bolz und ergänzt: „Während Veredelungen von Produkten quasi schon in sehr geringen Auflagen vorgenommen werden können, ist die Entwicklung individueller Produkte natürlich immer mengenabhängig zu sehen, da hier in der Regel auch neue Werkzeuge erstellt werden müssen, die sich erst bei Abnahme größerer Mengen rentieren.“

Marke mit langer Tradition

Das breite Markenspektrum unter dem Dach der ZWILLING J.A. HENCKELS AG spiegelt die große Produkt- und Angebotsvielfalt wider. Neben ZWILLING umfasst es die Marken J.A. HENCKELS INTERNATIONAL, BSF (Bestecke), Tweezerman und alessandro (Beauty Produkte), Tondeo und Jaguar Stahlwaren (beide Friseurbedarf), MIYABI (japanische Messer) sowie die beiden Premium-Kochgeschirrmarken Staub aus Frankreich und Demeyere aus Belgien. „Jeder Kunde findet die beste Lösung für seinen individuellen Bedarf“, sagt Bolz. Bei ZWILLING hat die Kundenorientierung lange Tradition. Ein Blick zurück: 1731 lässt Peter Henckels den heute weltbekannten ZWILLING als Handwerkszeichen in die Solinger Messermacherrolle eintragen. 40 Jahre später wird Johann Abraham Henckels geboren, der dem Unternehmen den bis heute gültigen Namen gibt. Bereits 1818 wird in Berlin eine Niederlassung eröffnet, um näher bei den

Kochmesser der Serie Euro Stainless, die in Zusammenarbeit mit Bob Kramer entstanden ist



Authentische, japanische Kochmesser der Marke MIYABI



ZWILLING Werbartikel im Einsatz:

Messerset in individueller Geschenkverpackung für die Weihnachtsaktion von Feldbinder Spezialfahrzeuge

Beispiellöffel aus einer sechsteiligen Sammeledition von Emmi Deutschland



wichtigsten Kunden und potenziellen Käufern zu sein. Mit ersten Auszeichnungen auf den Weltausstellungen in London 1851 und Paris 1855 beginnt die konsequente Internationalisierung des Unternehmens. ZWILLING wird auch im Ausland schnell zum Inbegriff von Qualität – eine solide Basis für die planmäßige Expansion der Marke in weitere strategisch wichtige Kernmärkte. 1883 eröffnen Graef & Schmidt die erste ZWILLING Filiale in New York; weitere folgen 1884 in Wien sowie 1897 in Kopenhagen und Rotterdam.

1909 wird die erste Tochtergesellschaft in den USA gegründet. Bis Mitte der 30er Jahre des vergangenen Jahrhunderts wird der grenzüberschreitende Erfolg von ZWILLING mit weiteren Filialen und Niederlassungen im Ausland vorangetrieben. Nach der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft im Jahr 1953 belegen zahlreiche neue Tochtergesellschaften, Beteiligungen und strategische Partnerschaften in vielen relevanten Märkten die hohe Wettbewerbsfähigkeit – und das große internationale Engagement von ZWILLING. Für Verbraucher bietet ZWILLING heute ein globales Netzwerk von Filialen, Concept Stores und Verkaufsstellen in über 100 Ländern. Darüber hinaus sichern Vertriebsgesellschaften und Joint Ventures unter anderem in Skandinavien, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, Frankreich, der Schweiz, Italien, Spanien, Kanada, den USA, Brasilien, Russland, China, Taiwan und Japan wirtschaftlichen Erfolg und globale Konkurrenzfähigkeit der Marke.

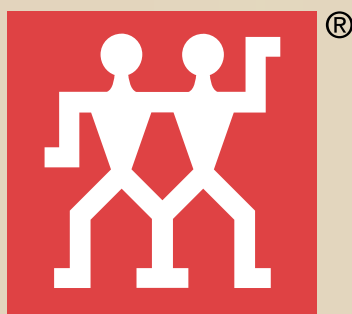
Unternehmen mit sozialer Verantwortung

An den Standorten der internationalen Vertriebsgesellschaften unterstützt die ZWILLING Gruppe auch Projekte zur Bildung, Ausbildung und Integration von Kindern, Jugendlichen und erwachsenen Menschen mit Behinderung. Im südindischen Pondicherry hat ZWILLING beispielsweise eine außergewöhnliche Behinderteninitiative gestartet. Hier wird jungen Indern mit Behinderungen dabei geholfen, einen Beruf zu erlernen und ein eigenständiges Leben zu führen. Das ist keine Selbstverständlichkeit in einem Land, in dem Menschen mit Behinderung nicht immer die Chancen erhalten, die sie verdienen. Im dortigen Ausbildungszentrum erlernen sie das Textil-

handwerk. So entstehen dort diverse Textilien und Lederwaren für die ZWILLING Gruppe.

Auch in der Werbartikelbranche hat sich die Marke mit Engagement und Qualität einen Namen gemacht. „ZWILLING arbeitet eng mit dem Werbemittel-Fachhandel zusammen und wird den Bereich in den kommenden Jahren weiter konsequent vorantreiben“, verspricht Bolz. Werbungstreibende, Kunden und Handel profitieren dabei von einer weltbekannten Marke, die genau die Eigenschaften transportiert, die einen guten Werbemittel auszeichnen: Qualität, Innovation, Funktion und guter Geschmack.

www.zwilling.com



**ZWILLING
J.A.HENCKELS**

Ihr Kontakt:

Kester Bolz Handelsvertretung
Buntentorsteinweg 169
28201 Bremen
Tel : 0421 / 52 51 780
Fax : 0421 / 52 51 793
E-Mail: KesterBolz@aol.com